



More **correct** Information. Less Discrimination

Psicología de la Imagen

**Por qué nuestros cerebros se saltan la fase de
verificación**

Análisis de la construcción psicológica de la imagen y de la narrativa reciclada

Una fotografía o un clip de vídeo transmiten una impresión inmediata de realidad. Debido a esta percepción de autenticidad, los elementos visuales se encuentran entre las herramientas más poderosas utilizadas en la desinformación. La desinformación visual suele basarse en la manipulación del contexto. Imágenes reales de calles desordenadas, colas en bancos o personas reunidas en parques —a menudo de otros países o de años anteriores— se vuelven a difundir durante debates políticos para generar resentimiento local. Como la imagen es real, el cerebro la acepta como una verdad actual, creando una falsa sensación de deterioro inmediato del entorno cercano.

➤ Lo que activa la desinformación visual:

Sesgo de confirmación

Las imágenes y los vídeos despiertan emociones, pero también validan nuestras visiones preexistentes del mundo, haciendo menos probable que las cuestionemos.

Alta activación emocional

Los contenidos visuales que provocan enfado se comparten en tasas significativamente más altas porque refuerzan las creencias compartidas de una comunidad.

Sesgo de disponibilidad

La exposición repetida a imágenes lleva al cerebro humano a procesarlas como una verdad.

Facilidad cognitiva

El cerebro procesa los datos visuales con facilidad, eludiendo los filtros lógicos.

Análisis de la construcción psicológica de la imagen

La primera comprobación

Antes de analizar los hechos, analiza tu cuerpo. La desinformación visual apunta al sistema nervioso.

➤ **Comprobación de activación emocional:**

¿Esta imagen te hace sentir que alguien está “saltándose la fila” o “viviendo de tus impuestos”?

- *Nota: La desinformación interna apela al resentimiento, que es una emoción de “alta activación” que te impide verificar los hechos.*

➤ **La trampa de la especificidad:** ¿La imagen utiliza algo negativo genérico (como una foto de basura o una ventana rota) y afirma que ocurrió en tu ciudad específicamente por culpa de personas migrantes?

- *Acción: Si la respuesta es “Sí”, debes ser el doble de escéptico/a. En este momento estás experimentando sesgo de confirmación.*

El encuadre visual: el poder de las imágenes y vídeos recortados

Una imagen no tiene que ser falsa para engañar. La desinformación utiliza recortes estratégicos para manipular la respuesta emocional de quien observa.

- **El recorte ajustado:** ¿La imagen hace zoom sobre un objeto específico (un smartphone, una chaqueta de marca)?
 - Efecto: Esto es “*perfilado de estatus*”. Despoja a la persona de su condición de refugiada al sugerir que es demasiado rica como para necesitar ayuda.
- **El ángulo invasivo:** ¿La foto está tomada desde una perspectiva “oculta” (desde un coche, a través de una valla o desde un balcón)?
 - Efecto: Esto crea una mirada de vigilancia. Presenta a un grupo de personas conversando en un parque como si fuera una reunión clandestina o una amenaza que merodea.



Ejercicio reflexivo: la técnica del giro

Imagina exactamente la misma imagen, pero con un plano abierto.

- ¿Cómo cambia el nivel de “amenaza” o “sospecha” cuando ves que la persona en realidad está en un espacio comunitario concurrido o en una biblioteca?
- ¿Cómo cambia la narrativa si ves que está utilizando el teléfono para llamar a su familia o para orientarse en un lugar nuevo, en lugar de tratarse de un objeto “de lujo”?

Consejo de pensamiento crítico: Si una imagen parece encajar “perfectamente” con un estereotipo negativo, como el del “falso refugiado”, es probable que haya sido encuadrada para validar tus sesgos en lugar de informarte.

